

**PEMASARAN BAWANG MERAH SISTEM BUDIDAYA
KONVENSIONAL DAN RAMAH LINGKUNGAN DI
KABUPATEN BANTUL**

Skripsi

**Diajukan kepada Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan guna memperoleh
Derajat Sarjana Pertanian**



Disusun oleh:

Fanindya Apriani

20170220107

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penilaian saya setelah mendapatkan arahan dan saran dari Tim Pembimbing. Oleh karena itu, saya menyetujui pemanfaatan karya tulis ini dalam forum ilmiah, maupun pengembangan dalam bentuk karya tulis ilmiah lain oleh Tim Pembimbing.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis yang dicantumkan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini serta sanksi lainnya sesuai dengan nama yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 19 April 2021

Yang membuat pernyataan



Fanindya Apriani

20170220107

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'amin, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemasaran Bawang Merah Sistem Budidaya Konvensional dan Ramah Lingkungan di Kabupaten Bantul”. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi terdapat beberapa pihak yang membantu dalam penyusunan baik bimbingan, bantuan, dan doa. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Ir. Diah Rina Kamardiani, M.P. dan Bapak Dr. Ir. Sriyadi, M.P. selaku dosen pembimbing utama dan pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan, bimbingan, dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Susanawati, S.P., M.P. selaku dosen penguji dalam ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran untuk perbaikan dan penyempurnaan penulisan skripsi.
3. Ibu Ir. Lestari Rahayu, M.P. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan bantuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
4. Bapak Wahyono Priyo, Ibu Widiastuti, dan Fendri Widiyanto selaku keluarga penulis yang memberikan dukungan, motivasi, dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Para pengurus Kelompok Tani Sigodir, Ngudi Makmur, Lestari Mulyo, dan Sido Rukun yang telah memberikan izin dan membantu selama proses pengambilan data.
6. Yoga Prasetya, Hesti Ernawati, Ikhsan Adi Pratama, dan Krisman Septa Riansyah selaku teman-teman penelitian bawang merah yang telah memberikan dukungan dan motivasi dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.

7. Teman-teman Agribisnis B atas kerjasama dan kebersamaannya selama perkuliahan ini.
8. Alvin Mahardika, Afrio Darmawan, Diah Kartika Noviyanti, Dwianza Ade Pamungkas, Hesti Ernawati, Mella Rozaifa, Rasyid Chandra Purnomo, Reza Raditya Rachman selaku sahabat dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
9. Teman-teman Pimpinan Wilayah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh teman dan pihak yang tidak disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis selama ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis.
Terimakasih.

Yogyakarta, 19 April 2021



Fanindya Apriani

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xv
INTISARI.....	xvi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	7
C. Kegunaan Penelitian.....	7
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI.....	8
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Bawang merah	8
2. Sistem pertanian	9
3. Lembaga dan saluran pemasaran.....	13
4. Fungsi dan biaya pemasaran.....	21
5. Margin dan keuntungan pemasaran.....	26
6. <i>Farmer's share</i>	31
7. Efisiensi pemasaran	32
B. Kerangka Pemikiran.....	35
III. METODE PENELITIAN.....	38
A. Penentuan Lokasi dan Penentuan Sampel.....	38
1. Lokasi penelitian.....	38

2. Pengambilan sampel.....	41
B. Teknik Pengumpulan Data.....	42
C. Pembatasan Masalah.....	44
D. Definisi Operasional.....	44
E. Analisis Data.....	47
IV. KEADAAN UMUM LOKASI.....	50
A. Keadaan Geografis.....	50
B. Keadaan Penduduk.....	52
C. Keadaan Sarana dan Prasarana.....	59
D. Keadaan Pertanian.....	62
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Identitas Petani.....	64
1. Profil petani.....	64
2. Profil usahatani.....	69
B. Identitas Lembaga Pemasaran.....	72
1. Penebas kabupaten.....	73
2. Penebas lokal dusun.....	76
3. Pedagang pengepul.....	78
4. Pedagang lokal.....	80
5. PUPM Kelompok Tani Ngudi Makmur.....	81
6. Pedagang pengumpul.....	82
7. Pedagang pengumpul kabupaten.....	83
8. Makelar.....	83
9. Pedagang besar lokal.....	84
10. Bandar.....	85

11. Pedagang grosir	87
12. Pedagang pengecer	89
C. Saluran Pemasaran	92
1. Saluran pemasaran bawang merah konvensional	96
2. Saluran pemasaran bawang merah ramah lingkungan	100
D. Fungsi dan Biaya Pemasaran	104
1. Fungsi pemasaran	104
2. Biaya pemasaran.....	107
E. Harga dan Margin Pemasaran	137
1. Harga bawang merah	137
2. Margin pemasaran	141
F. Keuntungan Pemasaran.....	145
G. <i>Farmer's Share</i>	149
H. Efisiensi Pemasaran	152
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	159
A. Kesimpulan	159
B. Saran.....	160
DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN.....	165

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produksi bawang merah Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan Kabupaten/Kota tahun 2019	3
Tabel 2. Produksi bawang merah di Kabupaten Bantul tahun 2019	4
Tabel 3. Luas lahan bawang merah di Kabupaten Bantul tahun 2019.....	39
Tabel 4. Luas lahan bawang merah di Kecamatan Kretek dan Kecamatan Imogiri tahun 2019	39
Tabel 5. Luas lahan bawang merah di Desa Parangtritis dan Desa Selopamioro tahun 2019	40
Tabel 6. Sampel petani bawang merah konvensional dan ramah lingkungan	41
Tabel 7. Sampel pedagang bawang merah konvensional dan ramah lingkungan	42
Tabel 8. Luas wilayah, jumlah desa, jumlah pedukuhan, dan jumlah rukun tetangga di Kabupaten Bantul tahun 2020.....	51
Tabel 9. Luas wilayah dan jumlah lahan di Kecamatan Kretek dan Kecamatan Imogiri tahun 2020	52
Tabel 10. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kecamatan Kretek dan Kecamatan Imogiri tahun 2019	53
Tabel 11. Jumlah penduduk berdasarkan umur dan jenis kelamin di Desa Parangtritis dan Desa Selopamioro tahun 2019.....	54
Tabel 12. Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Parangtritis Desa Selopamioro tahun 2019.....	55
Tabel 13. Struktur penduduk berdasarkan mata pencaharian di Desa Parangtritis tahun 2019	57
Tabel 14. Struktur penduduk berdasarkan mata pencaharian di Desa Selopamioro tahun 2019	58

Tabel 15. Sarana pendidikan di Desa Parangtritis dan Desa Selopamioro 2019 ..	59
Tabel 16. Sarana perekonomian di Desa Parangtritis dan Desa Selopamioro tahun 2020	60
Tabel 17. Kondisi sarana jalan di Kabupaten Bantul tahun 2018	61
Tabel 18. Luas lahan di Desa Parangtritis dan Desa Selopamioro tahun 2019.....	62
Tabel 19. Luas dan rata-rata produksi tanaman sayuran di Desa Parangtritis dan Desa Selopamioro	63
Tabel 20. Profil petani bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul berdasarkan umur	65
Tabel 21. Profil petani bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul berdasarkan jenis kelamin	66
Tabel 22. Profil petani bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul berdasarkan tingkat pendidikan	67
Tabel 23. Profil petani bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul berdasarkan jumlah anggota keluarga	69
Tabel 24. Profil petani bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul berdasarkan pengalaman berusahatani	70
Tabel 25. Profil petani bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul berdasarkan luas penggunaan lahan	71
Tabel 26. Profil penebas kabupaten bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul	73
Tabel 27. Profil penebas lokal dusun bawang merah ramah lingkungan di Kabupaten Bantul	77
Tabel 28. Profil pedagang pengepul bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul	79
Tabel 29. Profil bandar bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul	85

Tabel 30. Profil pedagang grosir bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul	88
Tabel 31. Profil pedagang pengecer bawang merah konvensional dan ramah lingkungan di Kabupaten Bantul	90
Tabel 32. Fungsi pemasaran bawang merah konvensional oleh petani dan lembaga pemasaran	104
Tabel 33. Fungsi pemasaran bawang merah ramah lingkungan oleh petani dan lembaga pemasaran.....	105
Tabel 34. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran I (Rp/kg)	108
Tabel 35. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran II (Rp/kg)	110
Tabel 36. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran III (Rp/kg).....	111
Tabel 37. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran IV (Rp/kg)	113
Tabel 38. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran V (Rp/kg).....	114
Tabel 39. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran VI (Rp/kg)	116
Tabel 40. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran VII (Rp/kg)	118
Tabel 41. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran VIII (Rp/kg).....	120
Tabel 42. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran IX (Rp/kg)	122
Tabel 43. Total biaya pemasaran bawang merah konvensional tiap saluran pemasaran (Rp/kg).....	124

Tabel 44. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran I (Rp/kg)	125
Tabel 45. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran II (Rp/kg)	126
Tabel 46. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran III (Rp/kg).....	128
Tabel 47. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran IV (Rp/kg)	129
Tabel 48. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran V (Rp/kg).....	130
Tabel 49. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran VI (Rp/kg)	132
Tabel 50. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran VII (Rp/kg)	133
Tabel 51. Total biaya pemasaran bawang merah ramah lingkungan tiap saluran pemasaran (Rp/kg).....	135
Tabel 52. Harga jual bawang merah konvensional pada masing-masing saluran pemasaran (Rp/kg).....	138
Tabel 53. Harga jual bawang merah ramah lingkungan pada masing-masing saluran pemasaran (Rp/kg)	138
Tabel 54. Margin pemasaran bawang merah konvensional tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran (Rp/kg)	142
Tabel 55. Margin pemasaran bawang merah ramah lingkungan tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran (Rp/kg)	143
Tabel 56. Keuntungan pemasaran bawang merah konvensional tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran (Rp/kg)	145
Tabel 57. Keuntungan pemasaran bawang merah ramah lingkungan tiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran (Rp/kg)	146

Tabel 58. <i>Farmer's share</i> pemasaran bawang merah konvensional pada setiap saluran (%).....	149
Tabel 59. <i>Farmer's share</i> pemasaran bawang merah ramah lingkungan pada setiap saluran (%)	150
Tabel 60. Nilai indeks efisiensi teknis (IET) dan nilai indeks efisiensi ekonomis (IEE) pada setiap saluran pemasaran bawang merah konvensional ...	153
Tabel 61. Nilai indeks efisiensi teknis (IET) dan nilai indeks efisiensi ekonomis (IEE) pada setiap saluran pemasaran bawang merah ramah lingkungan	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kurva margin pemasaran	26
Gambar 2. Kerangka pemikiran	37
Gambar 3. Saluran pemasaran bawang merah konvensional.....	94
Gambar 4. Saluran pemasaran bawang merah ramah lingkungan	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bawang merah konvensional di penebas kabupaten	165
Lampiran 2. Bawang merah konvensional di pedagang pengepul.....	165
Lampiran 3. Bawang merah konvensional di PUPM kelompok tani ngudi makmur	166
Lampiran 4. Bawang merah konvensional di pedagang pengecer	166
Lampiran 5. Bawang merah ramah lingkungan di penebas kabupaten.....	166
Lampiran 6. Keadaan kios bandar di pasar caringin	167
Lampiran 7. Keadaan kios pedagang grosir di pasar caringin	167
Lampiran 8. Keadaan kios pedagang pengecer di pasar caringin	167

Lampiran 9. Keadaan kios di pasar cibitung	168
Lampiran 10.Keadaan kios di pasar induk keramat jati.....	168
Lampiran 11. Keadaan kios di pasar kroya.....	168